

K  
E  
E  
S

# Knowledge Exchange Sessions

JARON LANIER

COMPUTER SCIENTIST E "PAI DA REALIDADE  
VIRTUAL"



# REALITY SHIFT

# DATA AS WORK, UM NOVO MODELO PARA A INTERNET

PIONEIRO DO VALE DO SILÍCIO, NOSSO CONVIDADO SUGERE UMA NOVA FILOSOFIA PARA INTERNET QUE ENVOLVE PAGAR E RECEBER POR SERVIÇOS DA REDE.

O modelo de negócios das empresas que usam os dados do usuário para vender publicidade funciona como uma máquina de modificar e manipular o comportamento humano.

A ideia pode parecer assustadora, mas é um resumo da crítica de Jaron Lanier, cientista da computação e o “pai da realidade virtual”. Ele abriu a temporada 2018 do **KES (Knowledge Exchange Session)**, realizada na última terça-feira (20), em São Paulo.

Lanier é um guru e um dos mais proeminentes críticos do Vale do Silício. Como foi um pioneiro da tecnologia na década de 80, ao criar o primeiro headset de realidade virtual, ele acompanhou de perto o desenvolvimento da internet, a ascensão das gigantes da tecnologia que temos hoje e os problemas gerados pelo estilo de monetização adotado por essas empresas.





## INOCÊNCIA IDEALISTA

Jaron começou contando o momento vivido por aqueles que deram início à internet, no Vale do Silício dos anos 80. A internet foi feita por gente libertária e sem muitas regras. “Todo mundo acreditava só nas coisas boas, como a ideia de que o conteúdo deveria ser livre”, afirmou Lanier. A rede foi criada com essa ideologia da época, sendo apenas uma plataforma de troca de informação digital.

Não houve nenhum tipo de método para as pessoas armazenarem informação, de se ter uma identidade, não havia uma solução de transações financeiras, muito menos uma forma de gerenciamento de propriedade intelectual. Se você perceber, quase todas essas questões foram abordadas por grandes empresas de tecnologia. ***“Ao criar uma internet mínima, nós acabamos criando um ambiente perfeito para monopólios em diferentes áreas.”***

## OS PROBLEMAS CAUSADOS POR UM MODELO FALHO

Uma análise fria desse idealismo e da internet mínima mostra que as coisas não seriam tão simples. A crença na cultura do free (grátis e aberto) dentro do capitalismo é um paradoxo. Em uma economia de mercado, é necessário vender algo e não dá para comercializar algo que é público e disponível para todos

Este nem é o maior dos problemas. Pense no modelo de negócio das gigantes da tecnologia, como o Google. A empresa começou com a premissa disponibilizar serviços gratuitos subsidiados por publicidade. No início parecia até uma ideia inofensiva, segundo Lanier. No entanto, a evolução tecnológica somada com uma maior conexão das pessoas têm feito que algoritmos monitorem cada vez mais o comportamento dos usuários e as consequências disso não são boas.

*“Com a quantidade de informações obtidas, isso não é mais propaganda, mas manipulação contínua de modificação de comportamento em massa”, afirmou.*



Em bom português, o modelo baseado em publicidade tem consequências sérias, pois pode influenciar o comportamento das pessoas, inclusive provocar vício. Com a inteligência artificial, e algoritmos cada vez mais inteligentes e autônomos, o modelo de serviços em troca por publicidade tem criado um problema que só agora estamos percebendo.

O objetivo dos algoritmos das redes sociais é criar engajamento, e por causa de um fator evolutivo, as pessoas se apegam mais a sentimentos ruins que a sentimentos bons. Na visão de Lanier, na prática, temos um ambiente em que em que fatos negativos, como as fake news, se espalham mais que conteúdos positivos como os produzidos por ativistas. *“Se continuarmos nesse modelo, vamos nos destruir.”*

*“Não era o que as pessoas do Vale do Silício queriam no início. Na verdade, era exatamente o oposto. No entanto, é esse tipo de problema que temos hoje em dia. Isso é o que chamamos de erro”, concluiu.*





## O QUE PODE SER FEITO

Lanier propõe uma ideia antiga e radical para tentar consertar esses problemas causados pela cultura do free e da modificação comportamental causada por algoritmos que nos monitoram a todo tempo.

“As pessoas devem pagar pelas coisas, se elas vivem em uma economia de mercado. Se quer um carro, vai lá e compra. No entanto, no espaço da informação, o papel do usuário é ser um cidadão de segunda classe e seus dados são usados para manipular você”, explicou.

Para ele, as pessoas deveriam pagar por alguns serviços que hoje são gratuitos, pois só assim passarão de “produto” para “consumidores”. Para exemplificar, ele citou a Netflix, a Amazon e a HBO. Graças à mensalidade paga pelos clientes, essas companhias passaram a fazer filmes e séries premiadas.

Nos EUA, fala-se até em “peak tv”, um termo que designa que a qualidade da televisão e conteúdo é de altíssima qualidade. Isso tem ocorrido porque o cliente é o consumidor, e não a publicidade que sempre dominou a TV aberta. Essa cultura tem dominado o mercado de streaming e, felizmente, hoje os clientes pagam por qualidade.

É também importante que haja um movimento contrário. As pessoas deveriam ser pagas pelas informações relevantes que cedem para treinar a inteligência artificial das grandes empresas. Sobre isso, ele citou o exemplo das ferramentas de tradução.

Geralmente, se fala que o trabalho de tradutores está se tornando obsoleto por causa de ferramentas online. No entanto, ninguém fala que esse profissional é de grande utilidade, pois são eles que acabam “alimentando” a inteligência artificial — essas empresas literalmente roubam diariamente traduções e aplicam na ferramenta de aprendizado de sua plataforma.

***“As informações que tornam os serviços melhores não saem do nada. Elas são produzidas por pessoas, e se elas podem fornecer um material de qualidade, as companhias deveriam pagá-las por isso.”*** O nome desta filosofia econômica é Data as Work.

Jaron Lanier sugere que o pagamento das pessoas ou das empresas poderia ser uma espécie de assinatura mensal, como já acontece com plataformas de streaming, ou por micropagamentos, baseados no uso individual de ferramentas que, lembre-se, antes eram gratuitas. Imagine só como seria pagar para usar o Waze, o Facebook ou os muito serviços do Google.



# EXCHANGE SESSION



**NA PRIMEIRA PARTE, OS GRUPOS FORAM CONVIDADOS A DISCUTIREM DUAS PERGUNTAS: "QUAL SERVIÇO DE INTERNET PODERIA SER PAGO, MAS NÃO É?" E "QUAIS DADOS OS PARTICIPANTES DÃO PARA EMPRESAS QUE ELES ACHAM QUE DEVERIAM SER PAGOS?". TUDO ISSO DURANTE 20 MINUTOS.**



O primeiro foi João Cavalcanti, da Kunumi. Baseado no conceito de que empresas podem pagar as pessoas pelos dados que são fornecidos a elas, a equipe dele pensou em uma espécie de companhia que seria especializada em repassar o dinheiro para os consumidores.

Também foi discutido a possibilidade de haver uma espécie de desconto em serviços em troca das informações cedidas pelos usuários. Quanto a isso, Lanier se posicionou contra. *“Ao oferecer desconto, ainda existe uma questão de controle. O ideal seria que dessem às pessoas dinheiro de verdade, pois o usuário pode gastar em outro lugar e isso faz a economia como um todo crescer.”*

Sobre os serviços discutidos que eles pagariam, foram citados o Facebook e o Waze, por exemplo. No que diz respeito aos dados pelos quais eles gostariam de receber dinheiro estão as curtidas em redes sociais e reviews de locais.



Na sequência, André Duarte, do banco Votorantim, mencionou de como poderia ocorrer essa mudança de mentalidade, pois as pessoas estão acostumadas a terem os serviços gratuitos. Como seria se uma companhia passasse a cobrar, enquanto outras continuariam com soluções free?

Nosso convidado voltou a dizer que acha que as pessoas querem pagar pelos serviços. “Se o *Waze* passasse a cobrar, a plataforma também deveria ter algum tipo pagamento para o usuário que auxilia a ferramenta com informações importantes.” Para ele, deve ser uma dinâmica de mão dupla: cobrar pelo serviço e recompensar os usuários pelos dados.



Para terminar, houve uma discussão sobre a responsabilidade de regular a internet e seus serviços se não faria mais sentido esse movimento partir dos Governos e não das empresas, já que elas são as principais interessadas em manter o modelo atual.

*“Essa questão, imagino, deve começar forte na Europa, mas não acho que seja apenas uma coisa de governo. Como a internet, devem ter vários atores envolvidos, como empreendedores, empresas e acadêmicos.”*

INSPIRED BY:

**Accenture** Interactive

**Oath:**  
A Verizon company

# Knowledge Exchange Sessions

WWW.KES.DO

INSTAGRAM

TWITTER

FACEBOOK

G+

LINKEDIN